DOSSIER DE PRESSE

Vernissage le 05 juin 2014 à 18h30
Commissariat et scénographie : Cité du design

design map

Designers créateurs de valeurs pour l'entreprise

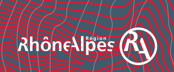
Exposition du 6.6.14 au 4.1.15

Cité du design

3, rue Javelin Pagnon 42000 Saint-Etienne

www.citedudesign.com
tél. +33 (0)4 77 49 74 70








Le design, facteur de compétitivité

La Cité du design, pôle d'excellence en design, développe au quotidien des dispositifs permettant d'appréhender les modes de vie et d'accompagner les entreprises dans le développement de nouveaux produits et de services.
L'établissement travaille avec des entreprises de tous secteurs d'activités (énergie, agroalimentaire, industries et services), quel que soit leur position dans la chaine de valeur (du sous-traitant au donneur d'ordre) ou la taille des entreprises (de la TPE aux grands acteurs industriels).
Depuis des dispositifs courts pour les TPE-PME (intégration de la compétence d'un designer, convention d'affaires) en passant par des processus d'innovation par les usages (laboratoire d'usages, matériauthèque, expérimentations) jusqu'à des programmes de recherche, la Cité du design a montré sa capacité à faire du design un facteur de compétitivité pour les entreprises.
À l'heure des débats sur la relance de la compétitivité des entreprises, il nous semble urgent de repositionner la discipline design à sa bonne place, le plus en amont possible de la conception de nouveaux produits ou services. Pour autant, ces démarches nouvelles ne se décrètent pas. Le rôle des acteurs comme la Cité du design, est donc clés pour sensibiliser, accompagner, mettre en réseau et former les acteurs économiques.
Son rôle est également de donner à voir des démarches quotidiennes des entreprises et des designers régionaux. À travers l'exposition *design map*, il s'agit de démontrer que, quel que soit son domaine d'activité ou sa taille, il est bénéfique de faire appel aux compétences des designers et ainsi ouvrir de nouvelles voies plus innovantes. La Cité du design, un outil au service de la compétitivité des entreprises.

Ludovic Noël,
directeur général de la Cité du design

I L'exposition design map, designers créateurs de valeur pour l'entreprise

33 tandems entreprise/designer qui font la démonstration de la contribution du design et de l'innovation à la réussite de l'entreprise

Commissariat : Cité du design
Scénographie : Cité du design

Organisée par la Cité du design, la troisième édition de l'exposition *design map* dresse une cartographie des dynamiques créatives de design de la région Rhône-Alpes en démontrant leur rôle clé dans le développement économique et l'innovation. Dotée d'une double mission pédagogique auprès du grand public et des entreprises l'exposition valorise la collaboration entre designer et entreprise et met en avant les bénéfices qui en résultent.

33 projets sélectionnés

De l'Opinel *Outdoor n°8* au Mug *Twizz* étanche et isoterme sans couvercle de Neolid, en passant par la voiture sans permis de Aixam ou le système *G*Lock* de Grosfillex : 33 projets, relevant de différents champs du design (produit, graphisme, service, environnement) et de nombreux secteurs d'activités (agroalimentaire, automobile, hôtellerie, restauration, commerce, produits de grande consommation, produits industriels, mobiliers, loisirs, coutellerie, bâtiment) seront présentés pour démontrer des résultats tangibles apportés par le design aux entreprises. Ainsi l'exposition mettra à l'honneur des démarches de design dont les bénéfices seront les plus démonstratifs et les plus pertinents.
Les 33 projets présentés ont été choisis par un jury composé de personnalités du monde de l'économie, experts du monde du design et de l'innovation, journalistes, qui s'est réuni pour étudier les 69 dossiers de candidature reçus en réponse à l'appel à candidature.

Conditions à la candidature :

Répondre en tant que binôme designer/entreprise avec un projet commun
Exercer dans la région Rhône-Alpes (au moins le designer ou l'entreprise)
Démontrer de manière précise les bénéfices du design pour l'entreprise

4 catégories

Les projets sélectionnés ont été classés par type de bénéfice, parmi 4 catégories (innovation/rentabilité/marché/image), qui sont identifiées par un code couleur dans l'exposition.

Innovation

L'innovation est l'impact du design dans le processus d'amélioration radicale de conception, pouvant s'exprimer du point de vue de la prise en compte des utilisateurs, du transfert de technologie, d'intégration de l'éco conception, mais aussi d'optimisation de l'organisation interne de l'entreprise.

Rentabilité

La rentabilité s'entend comme une démonstration chiffrée de la réussite de l'intégration du design, et sa capacité à dégager un certain niveau de profit, exprimé au travers de divers indicateurs : augmentation des ventes, réduction des coûts de production, hausse du prix de vente.

Marché

Cette catégorie illustre l'impact du design en matière de développement marché pour la société commanditaire : augmentation de part de marché par exemple, mais aussi ouverture de nouveaux marchés, tels que l'accès à de nouvelles cibles ou le développement des exportations.

Image

Cette catégorie illustre principalement l'impact du design en termes de perception produit, d'image de marque, de différenciation vis-à-vis des concurrents ou encore de mise en valeur du savoir-faire et des compétences de la société.

Autour de l'exposition

Des ateliers réservés à un public professionnel
La Cité du design poursuit sa démarche de pédagogie du design au service des entreprises dans le cadre de *design map* par le biais d'une programmation d'ateliers proposés uniquement à un public professionnel en collaboration avec différents pôles et filières locaux. (CCI, pôle de compétitivité, clusters, etc.)
En complément des ateliers, des actions de sensibilisation sont proposées comme des visites guidées de l'exposition *design map* et de la matériauthèque de la Cité du design.

Design to Business – une convention d'affaires en design qui se tiendra à Paris et à Saint-Étienne en septembre 2014

La troisième édition de la convention d'affaires en design *Design to Business* organisé chaque année par la Cité du design aura lieu en septembre 2014 (lieu et date à préciser ultérieurement) à Paris et à Saint-Etienne en duplex. *Design to Business* a été historiquement la première convention d'affaires dédiée au design en France. Elle a pour vocation de mettre en relation professionnels du design et donneurs d'ordre (PME et grands comptes) afin de générer des opportunités commerciales et des moments d'échanges privilégiés. Une convention d'affaires, c'est un rendez-vous dédié aux professionnels qui permettent d'établir des passerelles entre les designers et les acteurs économiques. Un format efficace qui a fait ses preuves en alliant networking, veille et amorçage de relations commerciales. Ce rendez-vous est une opportunité unique pour tous de se démarquer et de renforcer sa visibilité auprès d'un public ciblé.

Design to Business s'articule autour de plusieurs temps forts :

Des rendez-vous one-to-one de 30 min. Grâce à un système de prise de rendez-vous en ligne, les participants optimiseront leur agenda et contacteront en amont de l'événement toutes les personnes qu'ils souhaitent rencontrer le jour J et avec un horaire précis.

Un espace d'exposition à Paris qui provoquera la rencontre entre agences de design et designers indépendants par la présentation de leurs produits et leur savoir-faire sur leur espace personnalisé. À Saint-Étienne l'exposition *design map* permettra de découvrir les bénéfices du design.

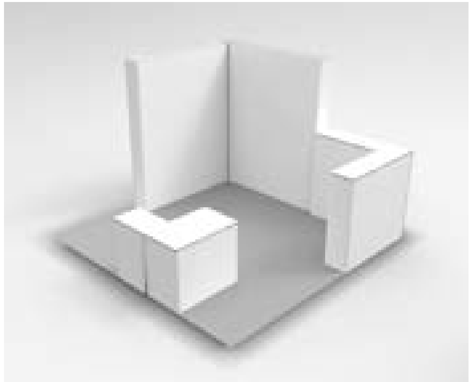
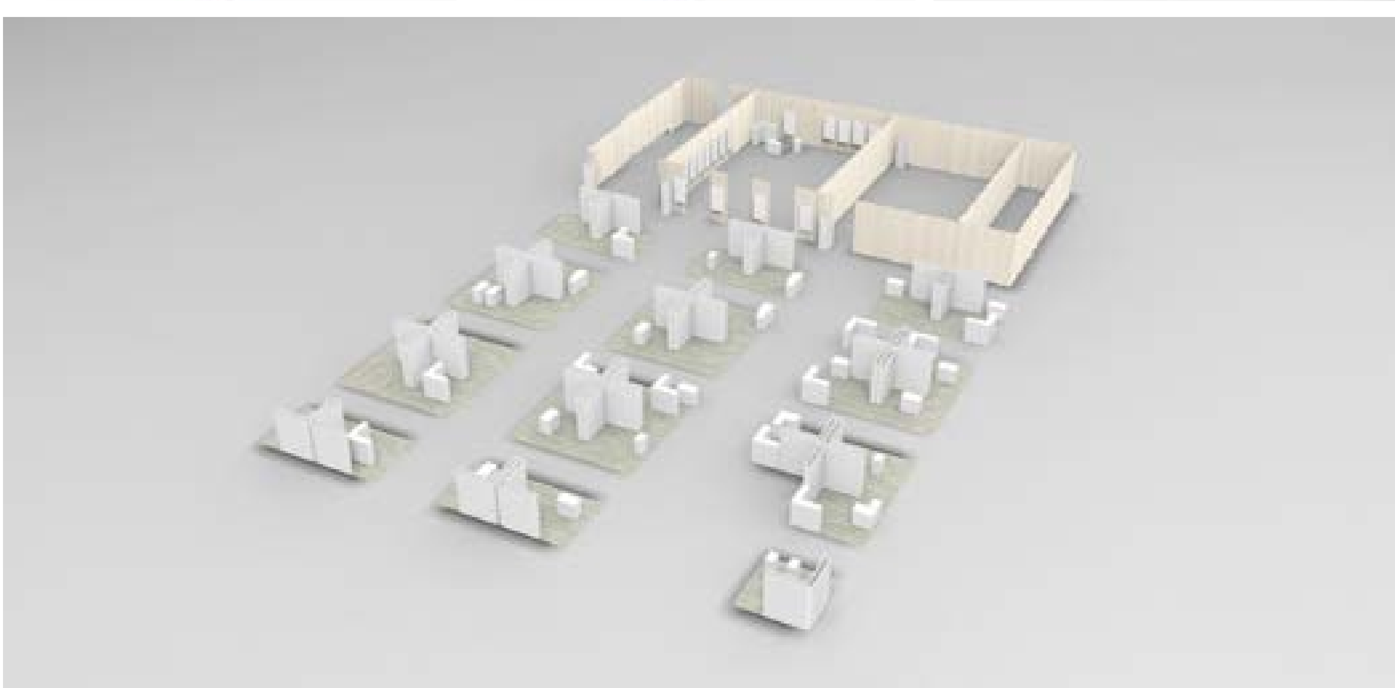
Des conférences. Des conférences se tiendront en duplex depuis Paris et Saint-Étienne, les participants auront accès à un programme riche et varié. Les conférences s'axeront autour d'une thématique principale : les bénéfices du design pour l'entreprise.

II La scénographie de l’exposition

« L’exposition *design map* propose 2 parties distinctes. La première partie est dédiée à l’exposition en tant que telle, présentant des binômes composés d’un designer et d’une entreprise et la seconde partie est séparée en 3 espaces dédiés, l’un à l’accueil des publics et aux ateliers pour les enfants, l’autre à une exposition dans l’exposition, présentant des projets collectifs et de collectivités, le dernier est un espace dédié aux ateliers pour les professionnels.
Dans la première partie, chacun des binômes s’installera sur un espace carré de 3 mètres de côté, matérialisé par un sol en PVC et doté d’un mur d’angle sur lequel chacun des membres de l’équipe peux présenter son entreprise. La présentation est charté sur un bandeau haut et sur les côtés du mur pour présenter les entreprises exposantes et leur laisser suffisamment d’espace sur le reste du mur pour s’exprimer et compléter leur présentation.
Les murs ne sont pas très haut, 2 mètres, afin que ce soit confortable pour le visiteur et que les informations soient bien lisibles. Les murs sont le plus souvent dos à dos par 4, formant des carrées et donnant ainsi le maximum à voir en un regard. Les dos des murs visibles reprennent le graphisme de l’exposition en volume ou permettent d’afficher des informations complémentaires.
Pour la seconde partie, le cloisonnement est fait par des tissus, permettant d’apporter chaleur et souplesse et de diminuer l’impact sonore lors des rencontres organisées dans l’un ou l’autre de ses espaces.
La circulation se fait assez naturellement, comme dans des rues, certains endroits offrants des possibilités d’assises et de reculs. »

Éric Bourbon et Noémie Bonnet-Saint-Georges, scénographes de la Cité du design, graphiste Anaïs Hérault.



III Les différents types de bénéfices du design pour l'entreprise

L'INNOVATION

Le design a un impact multiple en terme d'innovation par la prise en compte des usages et des utilisateurs, du fait de transfert de technologie, d'intégration de l'éco-conception, mais aussi d'optimisation de l'organisation interne de l'entreprise, de son processus de production. Parfois, il est vecteur d'une véritable rupture par rapport aux produits existants. Aux différents protagonistes de ces innovations, industriels, techniciens, designers de donner sens à cette nouvelle offre pour que les usagers se l'approprient.
Extrait d'interview : E.ITEC - Jean-Noël Cornut, directeur général : « Je ne perçois pas le design comme une simple enveloppe artistique, mais comme une enveloppe qui correspond à quelque chose. Il nous permet de réfléchir différemment, de nous poser des questions au-delà du produit, qu'on n'aurait pas abordées autrement ».

LA RENTABILITÉ

Le design, c'est rentable. Dans la mesure où il permet d'augmenter les ventes d'un produit, de diminuer ses coûts de production, d'accroître son prix de vente, de réduire son empreinte environnementale. En un mot, de dégager un certain niveau de profit, qui n'est pas seulement financier.
La conception de nouveaux produits peut être une opportunité pour des entreprises sous-traitantes qui trouvent ici à s'exprimer par leurs propres produits, sans être à la merci de donneurs d'ordre. Design, technique et marketing vont de pair pour transcender la qualité perçue.
Extrait d'interview : Grosfillex - Noël Robert, directeur rechercher et développement : « Pour commercialiser ce produit, on travaille en partenariat avec Ferco, le numéro un français de la quincaillerie de fenêtres. Pendant deux ans, on a l'exclusivité de la vente du nouveau produit. Ensuite, Ferco pourra vendre le concept à nos confrères. Nous garderons uniquement l'exclusivité du système de poignée intégrée. C'est un partenariat équilibré ».

LE MARCHÉ

Le design peut avoir un impact sur le développement de marché(s) pour la société concernée : des gains de parts de marché mais aussi l'accès à de nouveaux clients, à de nouveaux pays à l'exportation. Pour certaines entreprises, ce peut être aussi source de diversification d'activités. Pour certains designers, le design fait passer du pouvoir d'achat au « vouloir d'achat » entretenu par les nouveaux canaux de communication que sont internet et les réseaux sociaux qui touchent de nouveaux clients. Un cercle vertueux.
Extrait d'interview : Pause Fruitée - Éric Charpentier, fondateur de Pause Fruitée : « On a travaillé pendant un an sur le design et sur le marché de nos sachets de fruits secs. Lauréat du concours Bio Innov organisé par le cluster *Organics*, on a pu financer le travail d'un consultant pour mieux comprendre le marché ».

L'IMAGE

Rien de tel que le design pour améliorer la perception d'un produit, son image de marque ou celle de l'entreprise qui le produit ou le vend. Pour se différencier de ses concurrents et mettre en valeur le savoir-faire et les compétences de la société. Pour accroître sa notoriété et sa visibilité.
A travers le design, il s'agit aussi de valoriser l'ingéniosité de la marque, de dynamiser son image par une technologie de rupture, qu'il faut faire alors accepter par les usagers et les consommateurs qui peuvent devenir acteurs de cette mutation.
Extrait d'interview : Seb - Stéphane Thirouin, directeur du design :
« Il ne fallait pas qu'Actifry ressemble à une friteuse, mais que cela raconte une histoire… Ainsi, ce produit innovant comporte de nouveaux codes, notamment un capot transparent et une poignée mobile qui permettent de montrer comment on fait cuire des frites sans les tremper dans l'huile et de valoriser l'ingéniosité de la marque »

IV Liste des projets de l’exposition entreprises et designers – classés par type de bénéfices

L’INNOVATION

Gx LOCK – Grofillex et Loup Design
Prise en charge de l’Epicondylite (Tennis Elbow) – Gibaud et Gérard Anglade & Jérome Balme
Sur un toboggan – Plastorex et Aurélie et Denis
Device Lab – Inclusit Design et Craftsmen
Siège de stade SITUS – MTS et Inoveo Design
L’insert ouvert de Finoptim - Finoptim S.A.S et Quentin Bonaime
Twizz – Néolid et Charlotte Delomier
Mobilier de lecture augmentée – Avant-goût studios et Inclusit Design
Poste de travail « mode d’emploi » – JEC et Thomas Bouton

LA RENTABILITÉ

Kit à joint 30L Projoint® – Roger Mondelin SAS et BP Design
Gamme Premium – Poralu Marine et EDDS Design
Gamme Arsis – Godonmier et Philippe Moine
Refonte du packaging Biclip – Boyer TTE et Marie-Cécile Berger
Banc d’essais hydraulique – ABC et Laetitia Le Maner
Log, programme de fabrication – Atelier Chatersen et Julien Marry
Design global d’une unité de traitement des eaux – E.ITEC et BP Design
Rénovation de chambre d’Hôtel – Hôtel Continental et Pascaline De Glo De Besses
Brûlerie du Rhône - Brûlerie du Rhône et Monika Lichowska-Plonka

LE MARCHÉ

B-Chic, marque scof – Etablissement André Verdier et Lefebvre Production
Générateur vapeur professionnel – SANIVAP et François Duquenne – Waterproof
Actifry, mettre en scène l’innovation par le design – Groupe Seb et Avant-Première
Selectibox – 1r design et Lefebvre Production
Manchon de performance Pulse Elixir® - Sigvaris et Jacques Bois
Collection Kintbury – Fermob et Tenrence Conran
Outdoor n°8 – Opinel et Think Think design
Froui! – Pause Fruitée et Frédéric Cadet
Vaisselle composite – Saint-Romain et Bérard Design

L’IMAGE

Brosse de bureau «PUKKA» - Andrée Jardin et Amaury Poudray
Identité de marque CMB France - CMB France et Agence MY NAME IS OO
Diversifier une activité industrielle par le design - Matière Grise et Avant-Première
Débitmètre KEP Technologies - KEP High Tech Products et Altran Pr[i]me
AIXAM Gamme Vision - AIXAM Mega et Barre et Associés
Les «box» selon Gutemberg networks - Gutenberg Networks et Cahiers intempestifs

Zoom sur 8 projets de l'exposition – classés par type de bénéfices

L'INNOVATION

Sur un toboggan - Plastorex

DESIGNER
Aurélie & Denis
Agence de design 2 salariés 2009
Bellignat (Ain)
www.aurelieetdenis.com

ENTREPRISE
Plastorex
27 salariés
CA : 3 774 800 €
Saint-Claude (Jura)
Secteur d'activité : Articles de puériculture
Clients principaux : Carrefour, Intermarché, Géant CASINO
www.plastorex.com



Création pour Plastorex d'une gamme contemporaine de vaisselle pour enfants en mélamine. Ce matériau pâtit d'une mauvaise image en raison des produits asiatiques concurrents. L'objectif était de dessiner une gamme qui redonne ses lettres de noblesse à ce matériau noble. L'apport d'un antidérapant amovible a été un plus, associé aux formes non conventionnelles pour ce type de produit.

Twizz - Néolid

DESIGNER
Charlotte Delomier
Indépendant 2010
Saint Etienne (Loire)
www.charlottedelomier.com

ENTREPRISE
Néolid
2 salariés
Start-up (conception/réalisation/distribution) depuis 2007
Lyon (Rhône)
Secteur d'activité : Fabrication de produits de consommation courante en matières plastiques
www.neolid.com



Mug étanche et isotherme sans couvercle grâce à un système d'ouverture/fermeture imaginé et développé par Nicolas Frolin, *Twizz* assure fermeture efficace et étanchéité.

Zoom sur 8 projets de l'exposition – classés par type de bénéfices

LA RENTABILITÉ

Kit à joint 30 L Projoint® – Roger Mondelin SAS



DESIGNER
BP Design
SARL 2 salariés 2003
Saint-Etienne (Loire)
www.bpdesignfrance.com

ENTREPRISE
Roger Mondelin SAS
93 salariés
CA : 17 M €
Ambierle (Loire)
Secteur d'activité : fabrication d'outillage à main pour le bâtiment
Clients principaux : Négoce materiaux, GSB
www.mondelin.fr

Conception d'un nouveau kit à joint de capacité plus importante et intégrant de nouvelles fonction avec comme objectif de faciliter le travail du carreleur pour la réalisation des joints de carrelage et pour une maintenance facilitée (nettoyage facile).

Aménagement – Brûlerie du Rhône

DESIGNER
Monika Lichowska-Plonka
Auto-entrepreneur 2006
Lyon (Rhône)
www.momo-design-studio.com

ENTREPRISE
Brûlerie du Rhône
5 salariés
CA : 113 400 € au 31/12/2011.
Valence (Drôme)
Secteur d'activité : Commerce de détail - thé café

Le magasin accueille des clients dans un lieu familial et les fait voyager dans l'immensité de son offre. Pour cela le projet retrace l'histoire du lieu. À la base, le volume, n'est pas très éclairé et l'espace nécessite un apport de lumière artificielle qui nous guide à travers le local.

Zoom sur 8 projets de l'exposition – classés par type de bénéfices

LE MARCHÉ



Lame de 8,5 cm d'une épaisseur de 2,5 mm pour une grande résistance, dotée d'une zone crantée de 3,5 cm pour couper les cordes naturelles et synthétiques, pourvue d'un démanilleur.
Manche de 2 matières plastiques haut de gamme avec zone grip et sifflet.
Résistantes aux températures extrêmes de -40°C à +80°C et à l'eau.

Outdoor n°8 - Opinel

DESIGNER
Think Think Design
EURL 1 salarié 2008
Annecy Le vieux (Haute-Savoie)
www.thinkthinkdesign.com

ENTREPRISE
Opinel
90 salariés
CA :12 M €
Chambéry (Rhône-Alpes)
Secteur d'activité : coutellerie
www.opinel.com



Eric Charpentier est fondateur de la micro-entreprise Pause Fruitée. Elle offre un service de livraison de corbeilles de fruits bio au bureau pour les salariés. En complément de cette activité et dans le but de pérenniser son activité, l'entreprise a souhaité créer un sachet de fruits secs bio.

Froui ! - Pause fruitée

DESIGNER
Agence Ecodesign - Frédéric Cadet
SARL 2 salariés 2005
Lyon (Rhône)
www.fredericadet.com

ENTREPRISE
Pause Fruitée
1 salarié
CA : 65 000 €
Lyon (Rhône)
Secteur d'activité : Service aux entreprises
Clients principaux : Being, Dermscan, Vinci, easylife
pause-fruitée.fr
www.froui.fr

Zoom sur 8 projets de l'exposition – classés par type de bénéfices

L'IMAGE

Gamme Vision - AIXAM

DESIGNER
Barré et Associés
SA avec 48 salariés 1985
La Tour de Salvagny (Rhône)
www.barre-design.com

ENTREPRISE
Aixam Mega
220 salariés
CA : 88 M €
Aix-Les-Bains (Savoie)
Secteur d'activité : Construction de Véhicules automobile
www.aixam.com



Une première dans cet univers. Le design est redéfini autour d'une structuration horizontale (jeu de lignes précises et affûtées et élargissement de l'avant et de l'arrière). Le challenge était définir une nouvelle identité pour la Gamme Vision aux multiples facettes : trendy, dynamique et audacieuse, tout en respectant les processus et les contraintes liées aux petites séries.

Brosse de bureau - PUKKA - Andrée Jardin

DESIGNER
Amaury Poudray
1 salarié 2008
Lyon (Rhône)
www.amaurypoudray.com

ENTREPRISE
Andrée Jardin Brosserie Julio
8 salariés
CA : 500 000 €
Saint Herblain (Loire-Atlantique)
Secteur d'activité : Fabrication d'articles de brosserie
www.andreejardin.fr

Le résultat de cette rencontre est plus qu'un simple accessoire, c'est un objet durable qui matérialise nos échanges et nos valeurs communes. La brosse PUKKA prouve que le design allié à la fabrication de qualité a toujours du sens et qu'ils peuvent aussi adoucir nos petites actions quotidiennes : nettoyer clavier et outils numériques.

Zoom sur 4 tandems designers /entreprises

Les interviews ont été réalisées par Vincent Charbonnier.



À la source du design de conception – E.ITEC et BP Design

Chez E.ITEC, on aime les défis. Lorsqu'ils ont créé en 2000 au Chambon-Feugerolles (Loire) leur entreprise spécialisée dans les systèmes de transport de courant électrique de forte puissance, Hervé Ducreux, Jean-Noël Cornut et Yves Salavagione ont écrit un scénario découpé en épisode de huit à neuf années. Le premier était consacré à la croissance de la société qui a connu une progression de son chiffre d'affaires de 30 % par an en moyenne. Le second, toujours en cours, est centré sur la recherche-développement et vise à la pérennisation de la société. Sans renier leur projet d'origine de « respecter l'équilibre entre la vie personnelle et professionnelle de chaque salarié », de considérer chacun comme « adulte et responsable ».

Cette envie d'innovation et de développement de produits propres s'est concrétisée par un projet d'unité de potabilisation et de traitement d'eaux. « Une sorte de groupe électrogène aqueux », selon la formule de Jean-Noël Cornut, dédiée aussi bien à des applications industrielles qu'aux besoins de population confrontée à des eaux souillées. Une chimiste a été recrutée pour mener des recherches spécifiques. Des tests ont été effectués en conditions réelles par l'entremise du Syndicat intercommunal de la vallée de l'Ondaine (SIVO) à partir d'une installation pilote rudimentaire.

Pour lancer une pré-étude, E.ITEC s'est tournée vers la Cité du design. Un choix logique pour Jean-Noël Cornut qui considère le design, non comme une simple enveloppe artistique, décorative, mais comme une « enveloppe qui correspond à quelque chose », qui a du sens. Un sens éminemment économique. Choisi pour réaliser cette pré-étude, le cabinet stéphanois BP Design a poursuivi l'étude du projet dans sa phase opératoire, en étroite collaboration avec les différents services de l'entreprise associés à ce projet. Formés à l'Institut européen de design de Turin et à l'école supérieure d'art et design de Saint-Etienne, Anselmo Panunzio et Audrey Boba ont une approche très technique du design industriel, conscients de la primauté de la faisabilité des produits. D'où des échanges continus avec le bureau d'études pour réaliser au mieux un prototype.

Sur la base du cahier des charges rédigé l'été dernier, le design de la future unité de potabilisation s'est progressivement affiné en tenant compte des contraintes techniques, des conditions d'utilisation, des usages, qu'ils soient industriels, plus communautaires ou pour répondre à des situations d'urgence. « Il a fallu optimiser les espaces, réfléchir à l'ergonomie pour concevoir un produit à maintenance et utilisation intuitives », sans négliger le transport de la machine et certains impératifs de sécurité. Autre question en suspend : le choix des matériaux : bâche, tôle ou thermoformage plastique ? qui pourrait être différent selon la gamme.

Pour Jean-Noël Cornut, l'apport du design est irremplaçable. « Il nous permet de réfléchir différemment, de nous poser des questions au-delà du produit, qu'on n'aurait pas abordées autrement ». Ce « design de conception est, selon lui, une chance pour une activité industrielle comme la nôtre, et pour les PMI stéphanoises en règle générale, tournées vers la sous-traitance ». Le dirigeant d'E.ITEC envisage d'ailleurs d'étendre à d'autres activités de l'entreprise la collaboration avec des designers.

Dans l'immédiat, la commercialisation de cette unité de potabilisation et de traitement d'eaux industrielles ou de rejet est lancée. Ce produit intéresse déjà des pays africains. « Il faudrait qu'il représente à terme le tiers de l'activité de la société », projette Jean-Noël Cornut pour asseoir une croissance plus équilibrée d'E.ITEC. « Sur un autre projet que nous avons conduit, un kit à joints pour une entreprise de BTP, les ventes de ces produits designés ont progressé de 30 %, alors que leur coût de production a diminué de 20 % », note de son côté Audrey Boba. Puisse le dieu des lacs et des fontaines, Linaë, qui a donné son nom à la nouvelle gamme d'E.ITEC, avoir une influence aussi bénéfique sur les épisodes futurs de l'entreprise.

Vincent Charbonnier

Zoom sur 4 tandems designers /entreprises

À l'Hôtel Continental, le design fait chambres à part – Hôtel Continental et Pascaline De Glo De Besses



Jean-Paul Vialeton est un hôtelier heureux. « J'ai des clients qui viennent spécialement de Paris pour coucher à l'hôtel Continental ». L'objet de leur transport curieux : les chambres design conçues par Pascaline de Glo de Besses.
Tout est parti d'une action conduite par la Cité du design en 2008. Jean-Paul Vialeton s'est investi dès le départ dans la démarche Hôtel D, en réhabilitant trois premières chambres. Deux designers ont eu carte blanche. Les retombées économiques ont été telles qu'il décida de transformer progressivement les vingt-cinq chambres de l'établissement. Toujours avec la complicité de la designer stéphanoise qui se félicite de cette collaboration unique. « Je me suis investie à 100 % dans ce projet, car il est rare qu'on nous fasse totalement confiance, comme c'est le cas avec Jean-Paul Vialeton », remarque Pascaline de Glo de Besses.
Résultats : l'hôtel Continental arrive en tête des hôtels recommandés sur TripAdvisor depuis deux ans et demi et truste les récompenses nationale et régionale.
La métamorphose de cet ancien relais de poste, le premier hôtel de la ville ouvert en 1850, est totale. Treize concepts différents ont été déclinés dans les vingt-cinq chambres, même dans la plus petite et ses 6 m^2, devenue une « cabane » avec une fenêtre donnant sur le couloir. A chaque fois, la designer s'est attachée à raconter une histoire, à la faire vivre avec des matériaux variés, de petites astuces d'aménagement, une grande attention portée à la fonctionnalité. Loin d'un simple décor de chambre à coucher. Dans l'une, on est plongé dans une atmosphère bleue, dans une autre dans une ambiance plus végétale ou dans un boudoir rouge. Ici, un système d'accroches murales se joue de l'exiguïté de la pièce, ailleurs, une tête de lit sérigraphiée invite à la rêverie.
Le dialogue entre l'hôtelier et la designer a été permanent. Sans que cette dernière ne soit désavouée dans ses choix, de couleur ou de matériau en particulier, la moquette ayant été remplacée par un revêtement « naturel » plus facile d'entretien par exemple. Pour la plus grande satisfaction des clients également. L'hôtel stéphanois affiche un taux d'occupation de 80 %, nettement au-dessus de la moyenne stéphanoise. Il serait « inférieur de 20 %, sans le design », estime Jean-Paul Vialeton. Ces chambres design ont permis d'attirer une nouvelle clientèle, notamment d'enseignants de passage à l'école des mines, à l'université ou à l'école d'art et de design, et de nombreux reportages (et autant de publicité) dans les journaux de TF1, France 2 et France 3, ainsi que dans le magazine du TGV.

Une opération économique bénéfique.
« Une chambre est un patrimoine qu'il faut entretenir, explique Jean-Paul Vialeton. Elle doit être requalifiée tous les six à sept ans ». Dans cette perspective, le design n'est pas perçu comme un surcoût par l'hôtelier stéphanois, mais comme un « investissement qui nous démarque complètement des autres et draine une nouvelle clientèle ». Cette rénovation a également débouché sur un partenariat avec Ikea, le directeur du magasin de Saint-Étienne ayant été sensible à la démarche suivie par l'hôtel Continental. Dans le cadre d'un budget « raisonnable », au regard des travaux effectués pour le déplacement de certains fluides ou la réfection des plafonds, observe Pascaline de Glo de Besses, adepte d'une économie de moyens.
Après avoir travaillé sur la communication visuelle de l'hôtel, sa charte graphique, sur la présentation des menus, elle a été missionnée sur dix premières chambres en 2009, puis sur dix autres à partir de 2012. La dernière a été livrée en 2013. Plutôt tournée de par sa formation vers le design de produit, elle s'est prise au jeu de ce premier aménagement hôtelier qui a débouché sur d'autres interventions de nature similaire mais moins complète dans d'autres établissements de l'agglomération stéphanoise. Elle continue aussi à faire appel, pour d'autres travaux, à des artisans, menuisier, électricien, rencontrés sur le chantier de l'hôtel Continental, avec lesquels elle collabore en toute confiance.
A 67 ans, Jean-Paul Vialeton n'a pas terminé son aventure design. Il veut continuer à investir, rénover désormais le site internet de l'hôtel, en s'inspirant de l'esprit de celui du Mama Shelter à Lyon qui ne se présente pas de prime abord comme un site marchand. L'hôtelier stéphanois compte là aussi sur les conseils et le savoir-faire de Pascaline de Glo de Besses pour restituer tout le charme de cet hôtel design.

Vincent Charbonnier

Zoom sur 4 tandems designers /entreprises



Les fruits d'un « design ouvert » - Pause Fruitée et Frédéric Cadet

C'est lors d'une mission professionnelle au Danemark qu'Éric Charpentier a découvert le principe des corbeilles de fruits en entreprise. Concept qu'il a choisi de reproduire en abandonnant son job pour créer sa propre société, Pause Fruitée, à Lyon. Les fruits secs qu'il glissait à l'intérieur de ses paniers ayant du succès, il a eu l'idée de les mettre en sachet en démultipliant à terme leur distribution par divers canaux. Ces sachets peuvent être insérés dans des distributeurs automatiques de bouteilles d'eau, de produits de snacking, ou être commercialisés dans les rayons de magasins spécialisés.
La création de ces sachets individuels de 35 g s'inscrit dans une démarche écoresponsable plus globale. Elle fait appel à un financement participatif, via le site de crowdfunding Ulule. Plus de trois mille sachets ont été vendus par ce biais depuis novembre 2013. Quatre mille euros ont été levés, largement plus qu'escomptés. De quoi financer le tournage de vidéo de promotion sur YouTube. Fabriqués en Bretagne avec du papier d'origine iséroise, les sachets sont conditionnés par un ESAT (Etablissement et service d'aide par le travail) lyonnais. Des étudiants de l'ISARA (Institut supérieur d'agriculture et d'agroalimentaire Rhône-Alpes) ont été également mis à contribution pour doser deux mélanges différents de fruits secs, de noisettes, raisins, fruits séchés, mûre blanche : l'un destiné à la pratique sportive, l'autre à vocation plus diététique.
Et le design dans tout ça ? La création des sachets Froui relève d'une démarche de « design ouvert », « qui donne la possibilité aux consommateurs d'agir sur son produit », explique Frédéric Cadet, dont le cabinet Ecodesign a été retenu au terme d'une consultation lancée par Pause Fruitée, facilitée par le gain d'un concours organisé par le cluster Organics.
Le travail d'Eco design a porté sur la création de la marque, de l'identité graphique, du packaging, en rupture avec les codes et les comportements relatifs à l'utilisation de sachets individuels, synonymes de déchets. Une problématique d'écoconception susceptible de différencier les produits de Pause Fruitée de ceux de géants de l'agroalimentaire comme Nestlé.
« Parmi les concepts d'histoire qu'on a créés, c'est celle de Froui qui a été retenue », indique Frédéric Cadet, plutôt que des idées plus audacieuses, plus clivantes, faisant référence à Adam et Eve, à un premier homme qui aurait laissé la pomme sur l'arbre… De fruit en sachet, Ecodesign et Pause Fruitée ont laissé défiler cette histoire personnalisée par les figures de Max et Eliott, au gré d'épisodes inventés, des réflexions faites par une dizaine de consommateurs potentiels réunis régulièrement autour de cette création pour cogiter à la meilleure intégration économique, sociale, environnementale de la nouvelle marque.
« L'agence de design a cherché à casser les codes et l'image des produits bio qui se méfient traditionnellement d'un certain marketing », remarque Eric Charpentier. Avec cette marque Froui et ces deux personnages, est introduite une dimension ludique, collaborative. Les consommateurs peuvent participer à la création de sachets, de leur propre facing en jouant avec les fruits, pour leur plus grande satisfaction.
Un logiciel a aussi été mis à contribution pour comparer les avantages et inconvénients de différents matériaux. Le choix s'est porté sur le natureflex, composé à 96 % de cellulose, 100 % biodégradable, « qui se décompose en douze semaines », précise Eric Charpentier. Un matériau dont le prix de revient est plus élevé mais qui réduit l'impact négatif (lié au gaspillage) des sachets individuels. Thermo-soudable, le natureflex se révèle aussi plus difficile à mettre en œuvre, plus compliqué à plier et à fermer, ce qui a nécessité d'intervenir sur les postes de travail de l'ESAT.
Mais la vraie différenciation de Froui est de « faire du consommateur un acteur de la marque, responsable de son achat, de lui donner les clés pour interagir sur le packaging lui-même », souligne Frédéric Cadet, membre du collectif Designers + qui veut désormais faire endosser ce message, cette philosophie par les Vergers de Gally qui ont repris Pause Fruitée en février, et rayonnent dans la région parisienne dans la sphère du potager du roi du château de Versailles.

Vincent Charbonnier

Zoom sur 4 tandems designers/entreprises

Quand les fenêtres claquent – Grosfillex et Loup Design



Dans un secteur, le bâtiment, où les évolutions sont lentes, le système de fermeture automatique de fenêtre conçue par Grosfillex est une véritable innovation de rupture. Tout est parti d'une consultation lancée auprès d'artisans, de professionnels, d'utilisateurs, par le fabricant de mobilier et de menuiseries en matières plastiques pour connaître leurs attentes autour de cet objet qu'est la fenêtre. Une première étude a permis de recenser tous les types de fenêtre existants, « de montrer qu'il n'y avait plus beaucoup d'objets qui se fermaient comme cela », note Noël Robert, directeur de développement produit de Grosfillex, prenant l'exemple des portes de voiture qui se poussent.

La demande d'évolution étant forte, l'entreprise de l'Ain s'est rapprochée de son fournisseur Ferco qui a trouvé l'idée intéressante. Parallèlement, de premières études ont été menées sur la préhension, sur l'ergonomie, sur l'esthétique du futur produit qui devait rester à un « prix abordable ». Pour l'assister dans ce remue-méninges, Grosfillex a cherché « quelqu'un qui aurait suffisamment de recul » pour bien le conseiller, qui « nous pousse à aller plus loin ». Le choix de Loup Design s'est fait « au feeling », selon Noël Robert qui avait trouvé le cabinet de Vienne « très inventif » sur des dossiers où il l'avait consulté.

« Nous sommes intervenus alors que le projet technique était déjà bien avancé, explique de son côté Nicole Haxaire de Loup design. Ils voulaient une réflexion sur l'évolution de la fenêtre. On a travaillé sur sa symbolique, sur l'évolution des techniques ». L'enjeu fondamental était d'appréhender dans quelles conditions cette innovation de rupture pouvait être acceptée par des clients, les dirigeants de Grosfillex étant conscients du risque économique qu'ils prenaient. Ces échanges ont contribué à réorienter et à repositionner le produit, à renforcer son intégration.

Le développement de ce nouveau système de fermeture automatique intégré à la menuiserie a été rythmé par différentes échéances de salon professionnel. Un prototype fonctionnel a été mis au point et réalisé en six mois pour être exposé à Batimat en 2011. Les retombées positives de cette présentation et les nombreuses remarques collectées ont débouché sur un brainstorming et sur une nouvelle étude pour industrialiser le produit. Le salon Equip'Baie a été un autre juge de paix en 2012.

La créativité de Loup design s'est frottée au réalisme industriel de Grosfillex. « On a travaillé en bonne intelligence », constate Nicole Haxaire. Sans tabou. « On pouvait tout se permettre, tout se dire. On ne s'interdisait rien ». Ce travail par itération a duré presque un an, en lien avec l'atelier de maquettage et avec l'équipe qui avait été mobilisée sur ce projet au sein de Grosfillex. « Le fait de travailler en amont avec des designers qui connaissent les contraintes et le secteur du bâtiment a facilité le déroulement du projet », observe Noël Robert, très satisfait du travail accompli : « Aucune retouche n'a été faite sur les pièces qui ont été dessinées. Elles ont répondu à toutes nos exigences », se réjouit-il.

Le nouveau produit a été commercialisé début 2013 dans le réseau de magasins de Grosfillex. Avec succès. Il représente 10 % des ventes. « En un an, c'est bien », apprécie le directeur de développement produit. En vertu des accords passés avec Ferco, l'industriel de la Plastics Vallée assure l'intégration du produit dans ses usines, son fournisseur est chargé de la fabrication des composants. Grosfillex a l'exclusivité commerciale de ce nouveau système pendant deux ans. Ferco pourra le vendre ensuite à d'autres fabricants de menuiseries, la société de l'Ain conservant uniquement, l'exclusivité de la poignée intégrée.

Les premiers retours des clients sont bons. Particulièrement intéressés, les maisons de retraite et autres EHPAD (Etablissement d'hébergement pour personnes âgées dépendantes), les concepteurs et promoteurs de maisons contemporaines. « Mais un gros boulot reste à faire auprès des prescripteurs, des entreprises et des architectes », remarque Noël Robert.

La collaboration entre Grosfillex et Loup Design se poursuit. Sur des déclinaisons et des aménagements différents. « Depuis le lancement commercial de la première version, on réfléchit à l'intégration de fonctions nouvelles, pour le marché de la rénovation notamment », indique Nicole Haxaire, le cabinet viennois intervenant dorénavant davantage en tant que conseil.

Vincent Charbonnier

V L'offre de services aux entreprises de la Cité du design

Les offres de services de la Cité du design permettent de répondre aux différents besoins des entreprises, de l'accompagnement lors de la première démarche design jusqu'à la mise à disposition de ressources matérielles (matériauthèque) ou méthodologiques (LUPI® - Laboratoire des Usages et des Pratiques Innovantes).

Le design, outil original pour l'innovation est un facteur de compétitivité pour les entreprises.
Par sa double mission, esthétique et usage, il met en forme des idées, rend tangible des concepts, associe des équipes pluridisciplinaires, croise les secteurs d'activités et accélère ainsi le processus d'innovation.

Le Pôle Entreprises & Innovation proposent deux offres de services en fonction de la nature et du degré de maturité du projet de l'entreprise :

l'intégration du design dans l'entreprise

La Cité du design propose des dispositifs d'accompagnement individuel et collectif aux entreprises ayant un projet de design.
Les grandes étapes de l'accompagnement restent globalement similaires :
- Phase préalable de sensibilisation au design,
- Formalisation du besoin en design,
- Mise en adéquation des compétences design avec les besoins de la société (aide à la rédaction des consultations design et diffusion via la plateforme www.designmap.fr),
- Suivi de projet : aide à la recherche de financement, si besoin mise en relation avec les réseaux consulaires ou développeurs économiques pour le suivi global et stratégique,
- Valorisation de la collaboration entreprise/designer (expositions, éditions, témoignages, etc.).

En fonction du niveau de maturité en design de l'entreprise, l'accompagnement peut aller de la sensibilisation jusqu'à l'intégration du design management.

V L'offre de service aux entreprises de la Cité du design

LA MATÉRIAUTHÈQUE

Lieu de découverte et de recherche qui permet d'intégrer la démarche design par une approche matériaux. Boîte à outil pour la création et l'innovation, elle associe matériaux, procédés de fabrication et mise en relation des savoir-faire de la région Rhône-Alpes.

Exemples d'actions d'accompagnement

Design et Pôle de compétitivité : Action collective PLASTIPOLIS
Opération de sensibilisation des entreprises du pôle puis d'accompagnement individuel de six entreprises à la démarche design.

Design et sous-traitance :
Sensibilisation et accompagnement de 25 entreprises Rhône-Alpes du secteur de la sous-traitance, dans l'intégration du design.



Siège de stade société MTS – Innoveo design



Identité de marque – Société CMB France – My name is oo

Quelques chiffres sur l'accompagnement réalisé par le Pôle Entreprises & Innovation de la Cité du design : 500 entreprises sensibilisées, 50 entreprises accompagnées par an.

V L'offre de services aux entreprises de la Cité du design

l'intégration du design dans l'entreprise

La Cité du design, expert en innovation par les usages et Living Lab (lieu de vie et d'expérimentation), a développé des outils méthodologiques et une assistance à maîtrise d'ouvrage permettant d'accompagner les entreprises dans le champ de l'innovation par les usages.
L'offre de service proposée couvre l'ensemble de l'innovation par les usages, allant de l'exploration des usages (études des usages, LUPI®), aux ateliers de co-création qui associent utilisateurs et experts, jusqu'au test de concepts, produits ou services avec les utilisateurs (Les Labos).
En fonction du degré d'avancement du projet (phase prospective, idéation, développement ou prototypage), le Pôle Entreprises & Innovation est en mesure de proposer le protocole expérimental qui répondra à la demande de l'entreprise.

LE LABORATOIRE DES USAGES ET DES PRATIQUES INNOVANTES (LUPI®)

Conçu par la Cité du design, il permet la création de nouveaux produits, services ou systèmes à partir de l'observation des pratiques des usagers. Cette méthodologie innovante de co-conception s'organise sous forme d'ateliers multidisciplinaires de créativité et d'analyse associant industriels, designers et usagers. En utilisant les outils du design et sous la houlette de designers professionnels, le LUPI® fait émerger des scénarii d'usage favorisant le partage et l'optimisation du processus d'innovation.

LES LABOS

Lancés lors de la Biennale Internationale Design Saint-Étienne 2013, les Labos sont des lieux d'expérimentation de produits ou services avec les usagers. Lieu d'échanges et de co-création avec les entreprises et usagers, ils provoquent une confrontation directe et originale avec l'utilisateur final. Venez partager votre expérience utilisateur lors des Labos de la Biennale 2015 !

DESIGN CREATIVE CITY LIVING LAB, DCC-LL

Living Lab de la Cité du design labellisé par ENoLL (European Network of Living Lab), et membre de France Living Labs, implanté au coeur du quartier créatif Manufacture Plaine Achille à Saint-Étienne.

Quelques chiffres : 20 projets d'innovation par les usages,
12 programmes de recherche ainsi que de nombreux ateliers créatifs.

Des exemples de Laboratoire des Usages et des Pratiques Innovantes (LUPI®) menés par la Cité du design



LUPI MENÉ AVEC LA RÉGION RHÔNE-ALPES : ROBOT LYCEEN



Le robot lycéen : une solution pour permettre aux élèves éloignés du milieu scolaire de rompre leur isolement en suivant les cours à distance malgré une incapacité temporaire. Le LUPI® a circonscrit le périmètre fonctionnel de cette interface robotique, sur divers champs :

- Social et d'usage : l'acceptabilité du robot par l'enfant et son écosystème
- Pédagogique : tester de nouvelles formes
- Economique : tisser des liens entre filières robotique, électronique, éducatives
- Productif : identifier les conditions de passage à l'industrialisation
- Technologique : tester la viabilité des technologies.

Aujourd'hui déployée, l'expérimentation, exploite 3 robots dans 3 lycées pilotes régionaux : La Martinière Monplaisir à Lyon, Claude Fauriel à Saint Étienne et Joseph-Marie Carriat à Bourg en Bresse.
Dans le cadre LUPI Robot Lycéen, c'est avec la région Rhône-Alpes, service du développement numérique et la mission TIC que le projet s'est déployé.

Isabelle BESSON, chargée de mission numérique, région Rhône-Alpes
« Grâce au design… nous avons fédéré une équipe d'acteurs concernés et co-construit ensemble le projet. Porté par un très large panel d'acteurs, la mise en œuvre s'en est trouvée grandement facilitée. »

**LUPI MENÉ AVEC L'ENTREPRISE THALES ANGENIEUX :
SYSTÈME DE CAPTATION 3D**



Sous la marque AB Live, Thales Angénieux lance un produit dédié à un nouvel usage, adapté au marché de la télévision « temps réel » (événementiel), pour des programmes en 3D. Dans ce contexte, l'équipe projet s'est rapprochée de la Cité du design pour conduire un LUPI® sur ce marché émergent. La démarche a permis de croiser les regards de différentes typologies d'utilisateurs : du monteur au stéréographe, du producteur au réalisateur, chaque acteur de l'écosystème a contribué à faire converger des pratiques récurrentes sur l'ensemble de la chaîne de valeur. Ceci afin de formaliser une offre dite de « dream product », soit un produit répondant à des attentes non encore formulées, autrement appelés signaux faibles.
Thales Angénieux, spécialiste de systèmes de vision dans les domaines défense - sécurité et les domaines cinéma – télévision. Récompensés en 1964/1989 et 2008 par Hollywood, en 2005 par l'Academy of Television Arts and Sciences et en 2012 par la Society of Camera Operators, les zooms Angénieux sont appréciés partout dans le monde par les professionnels de l'image les plus exigeants (tournage de long-métrages, publicités, séries télévisées, documentaires…)

Christine BÉAL, manager développement nouvelles activités, Thales Angénieux
« Grâce au design… management, nous sommes allés plus loin plus vite : nous avons construit un système répondant aux problématiques terrain, assorti d'une stratégie d'accompagnement, couvrant la communication, l'offre de service, le conditionnement et l'accessorisation ! »

Des exemples de Laboratoire des Usages et des Pratiques Innovantes (LUPI®) menés par la Cité du design

LUPI MENÉ AVEC L'ENTREPRISE 1D TOUCH : LYCÉENS, MUSIQUES INDÉPENDANTES ET PRATIQUES NUMÉRIQUES



Les dispositifs d'écoute 1D TOUCH, développés avec Inclusit Design, matérialisent un service de découverte et de partage numérique des musiques indépendantes, associant ainsi le fond à la forme. La scénographie créée autour de cet outil génère une interaction forte avec les usagers et impulse une certaine appétence pour la découverte de nouveaux services, en accord avec le positionnement atypique de l'offre. Le LUPI® envisagé dans ce contexte s'est focalisé sur les publics collégiens et lycéens, en vue de formaliser des scénarios qui permettraient de créer des points de contact matériels et immatériels entre eux et la musique indépendante, de stimuler leur curiosité sur de nouveaux contenus culturels atypiques et variés… L'enjeu étant d'enrichir la plateforme d'un potentiel de services associés inédits, dans la logique d'innovation ouverte qui la caractérise, afin de renforcer son positionnement alternatif et innovant.
1D TOUCH est une plateforme de streaming équitable centrée sur les contenus culturels indépendants (musique, photos, jeux vidéos, etc). Portée par une société coopérative d'intéret collectif (Scic 1D Lab), elle expérimente un nouveau modèle économique alternatif et équitable : la contribution créative territoriale. La mission de 1D TOUCH consiste dans la mise en avant, au travers de démarches innovantes, de la singularité des créations indépendantes et propose une réflexion sur la rémunération des créateurs afin de soutenir leur capacité à renouveler la création et renforcer la diversité des expressions artistiques.

Eric PETROTTO, directeur d'1D TOUCH
« Grâce au design… nous entrons dans un nouveau monde numérique où chacun est devenu potentiellement créateur, afin d'imaginer de nouvelles formes de croisements, de scénographies, des nouveaux chemins de découverte et de valorisation de nos créations. »

VI L’offre aux publics de l’exposition *design map*

À l’occasion de l’exposition *design map*, la Cité du design met en place de nombreuses visites guidées et rencontres à destination du grand public, des professionnels, des scolaires et centres de loisirs.
Par ailleurs, elle propose des outils pour aider à mieux comprendre le design et ses métiers, le *Petit Journal du design* ou le livret *Monsieur Madame & le design* (nouveauté !) seront remis aux jeunes visiteurs pour les accompagner dans leur visite.

OFFRE AU GRAND PUBLIC

Visite libre
Cité du design
Du mardi au dimanche de 11h00 à 18h00.

Visite guidée
Visite guidée des expositions chaque samedi et dimanche, à 15h00.
Durée : 1h30

La médiation renforcée cet été :
Visites guidées supplémentaires les mercredis 16, 23, 30 juillet et 6, 13, 20 et 27 août à 15h30.

Visite guidée *Du Temps de midi*
Profitez de votre pause déjeuner pour venir découvrir l’exposition *design map*, designers créateurs de valeurs pour l’entreprise.
Visites guidées les jeudis 19 juin, 4 septembre, 2 octobre, 6 novembre, 4 décembre 2014 de 12h30 à 13h30.
Durée : 1h
Tarif réduit pour tous : 4,60 €

Visite guidée en LSF*
Visite guidée assurée par Marion Degache, guide médiatrice professionnelle sourde. Ouverte à tous, la visite est traduite par un interprète pour le public entendant.
Visites guidées les samedis 5 juillet, 20 septembre et 20 décembre 2014 à 15h.
Durée : 1h30
Tarifs : 6,20 € / 4,60 €

Visite guidée en famille
Chaque mercredi des vacances scolaires
Les mercredis 9, 16, 23 et 30 juillet et 6, 13, 20 et 27 août à 14h30
Une fois prêt, venez découvrir l’exposition *design map* accompagné du livret de découverte Monsieur Madame & le design.
Prenez Monsieur forme et Madame couleur pour la présentation
Ajoutez Monsieur fonction pour l’utilisation
Saupoudrez Madame esthétique pour donner du goût
Incorporez Madame matière pour lier le tout
Pour les enfants de 6 à 12 ans
4€ par enfant / Gratuit pour les adultes

Offres aux scolaires
Visite guidée sur réservation du mardi au vendredi.
Visite guidée d’1h de l’exposition *design map, designers créateurs de valeurs pour l’entreprise* accompagnée d’un médiateur. À l’issu de la visite, une animation de 30 minutes sur le design packaging invitera les élèves à se questionner sur la forme, la matière, l’habillage graphique d’un produit.

Offres aux centres de loisirs
Visite guidée sur réservation, les mercredis et durant les vacances scolaires.
Venez découvrir l’exposition *design map*, un livret de découverte *Monsieur Madame & le design* sera remis à chaque enfant.
Prenez Monsieur forme et Madame couleur pour la présentation
Ajoutez Monsieur fonction pour l’utilisation
Saupoudrez Madame esthétique pour donner du goût
Incorporez Madame matière pour lier le tout.

Contact réservation accueil
info@citedudesign.com
T. +33 (0)4 77 49 74 70

*Langue des Signes Française

VII Les partenaires

LES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS DE LA CITÉ DU DESIGN

design map est une exposition de la Cité du design porté par Saint-Étienne Métropole, la ville de Saint-Étienne, la région Rhône-Alpes et l'État (Ministère de la Culture).













L'ESSOR AFFICHES, PARTENAIRE MÉDIA DE L'EXPOSITION DESIGN MAP

La Cité du design remercie l'Essor Affiches pour la diffusion de notre actualité auprès de leurs lecteurs.



« Notre hebdomadaire L'Essor Affiches, premier support d'annonces légales sur le département de la Loire, a un lien particulier avec les entreprises ligériennes.
Au service de celles-ci nous sommes l'outil indispensable de leur information à la fois juridique et économique. Nous consacrons également dans nos pages une partie importante à la culture. L'exposition *design map*, organisée par la Cité du design correspond à notre problématique. Les 33 projets présentés montrent le dynamisme des designers rhônalpins et la réussite de cette collaboration designers/entreprises dans des domaines très différents.
Nous adhérons pleinement à cette démarche commune qui, à travers cette présentation met en valeur la qualité des créateurs et des entreprises à travailler ensemble. L'Essor Affiches se présente comme le relais d'information pour mettre en valeur le rôle essentiel que représente le design dans le développement économique et l'innovation sur notre territoire en association étroite avec les entreprises et le bénéfice qui en résulte. »

VIII Informations pratiques

Cité du design
3, rue Javelin Pagnon
42000 Saint-Étienne
T. +33 (0)4 77 47 88 00
www.citedudesign.com

Accès
De la gare SNCF de Saint-Étienne Châteaucreux
Prendre le tramway n° T2 direction « Hôpital Nord »
Arrêt « Cité du design »
Par autoroute A72 :
En provenance de Clermont-Ferrand ou de Paris : Sortie 12
(Stade Geoffroy GUICHARD)
En provenance de Lyon : Sortie 14
(Zénith Saint-Étienne Métropole)

Ouverture
Cité du design
Du mardi au dimanche de 11h00 à 18h00

Tarifs
Individuels
Visite libre
Plein tarif : 5 € - Tarif réduit : 4 €
Visite guidée
Plein tarif : 6,20 € - Tarif réduit* : 4,60 €
* détail des tarifs réduits et gratuité sur détail des tarifs réduits et gratuité sur www.citedudesign.com

Visite guidée en famille
Tarif : 4€ par enfant
Gratuit pour les adultes accompagnateurs

Information / réservation :
www.citedudesign.com
T. +33 (0)4 77 49 74 70

Restaurant La Platine
1 rue Javelin Pagnon
42000 Saint-Étienne
Du lundi au vendredi, de 9h00 à 16h00
Réservation recommandée
T. +33 (0)9 83 29 41 79
info@laplatine.com
www.la-platine.com

Contacts presse

Contact presse locale et régionale
Eugénie Bardet
eugenie.bardet@citedudesign.com
T. +33 (0)4 77 39 82 75
M. +33 (0)6 29 39 69 08

Contacts presse nationale
Agence 14 Septembre Grand Sud
T. +33 (0)4 78 69 30 95

Isabelle Crémoux-Mirgalet
isabellecremoux@14septembre.fr
M. +33 (0)6 11 64 73 68

Aude Charié
audecharie@mlapresse.fr
M. +33 (0)6 11 35 09 74

Contact presse online
Manon Orcel
manonorcel@14septembre.fr
M. + 33 (0)6 11 35 63 13





